

スウェーデンにおける消費者保護法について

中 村 武

目 次

- I はじめに
- II 消費者保護法の出発
- III 市場裁判所の管轄権と組織
- IV 消費者オンブズマンの職務
- V 宣伝広告の監督
- VI 契約形成の監督
- VII むすび

I はじめに

無制限の国家権力は、個人の自由領域を侵害危険にさらし、これを破壊し、かくして人間の自由と尊厳を危害皆滅においこむとは、モンテスキューの言った言葉である。オンブズマンの制度は、正にこれに歯止めをかけることを目的として、新に生れた制度である。

一方数年前から、諸国で立法政策の問題として、ひとしく取上げられるところは、消費者保護法にかんする論議である。そして世界の各産業国は、おのおの経済の発展、産業の進歩に軽重の差はあるけれども、これに関しているいろいろの規定を設けている。その際にまず第1におげられる立法は、新にスウェーデンが開発した解決方法であるオンブズマンの制度である。

そこでは、消費者が商品にたいする専門的な説明を通して、商品の性質・効用利害についての十分な説明をうけ、その理解をふかめられる。言いかえ

れば、新規の食品・薬剤などによる、人の健康に有害な商品から保護されること、人を錯誤におとしめるような営業方法から、あるいは不当な契約条項から保護されるような政策がとられた。

スウェーデンの消費者保護政策にたいし諸国がつよい関心をしめした理由は二つある。第1には、スウェーデンがこの法領域で、まったく新規なしかも固有の方法を採用し、これによりスウェーデン法がその先駆的性格をしめしたことである。第2には、スウェーデンが比較的短期間内にその消費者保護政策の要求にこたえて、強力な消費者保護法を成立させるとともに、その重要な経験をしめしたことである。

スウェーデンの消費者保護法の核心となるべき法律は、現在3個の法律から成立っている。それは、不当の販売方法禁止法と、不当な契約条項取締法と、市場裁判所 (Marktgerechtshof) 法である。そしてこの市場裁判所 (Marknadsdomstolen) は裁判機関であり、消費者オンブズマン (Konsumentombudsmannen) は監査監督の機関である。

1915年の割賦販売法のほかに、1971年7月1日から実施された消費者保護の法としては、家庭訪問販売法 (Lag 4.6.1971 om Hemförsäljning) がある。この法律によれば、買主たる消費者は、売買契約が売主の日常の店舗以外でおこなわれ、直ちに、その双方の義務が履行されない場合には、買受け後1週間以内に契約を解除することができる。

消費者保護の目的をもつ法律は、さらに一般の売買法、請負契約および労働契約の領域においても準備されている。商品製造業者の責任にかんする規則の制定もまた考えられている。

最後に注意すべきは、訴訟法上の問題として、少額の財産上の争いにかんする訴訟手続を簡易にし、消費者をして訴訟費用の負担を軽減し、すみやかに裁判の結果を得られる方策が計画されている。

新しいスウェーデンの消費者保護の計画、およびオンブズマン構想は、アメリカにおける行政上の指導監視による消費者保護の方法からヒントを得たものであるが、スウェーデンにおけるオンブズマン制度の積極的経験は、北欧

諸国の消費者保護法の改正。およびその新構想にたいし、つよい模範的影響をあたえた。たとえばノルウェーはあきらかにスウェーデン法の先例に追従することを公表し、またデンマークもこれに従い⁽¹⁾ フィンランド等の諸国もオンブズマンの制度を採用した。⁽²⁾

Ⅱ 消費者保護法の出発

スウェーデン法における新しい消費者保護法立法の出発点は、経済生活の善良な取引慣習の維持、監視はこれを営業者や消費者の自治だけにまかせることは出来ない。これを政治の次元にとりあげ処理せねばならぬとの観念に基く。

従来まで、スウェーデンの経済界に存在した自由な自己監督のための機関としては、いわゆる経済懇談会（Näringslivets Opinionsnämnd）があったが、これらの自己監督および自己健全化のシステムだけでは、今日においては最早やその効果は十分でないと、スウェーデンの立法者は考えるにいたった。

こうした事情は同様に、ドイツ法や瑞西・オーストリア法また日本法のものつ不正競争法による個別的保護主義に立脚する法の観念にもみられる。言いかえれば、これらの国の法は個々の同じ営業者の利益保護には役立つがそれだけであり、しかも被害者たる消費者個人の活動をまっして、始めてこの法体制による保護様式が、個々の的に発揮するにすぎない。こうした基本構造においては、商品消費者は、つねに間接的に保護されるだけであって、消費者の利益保護が保護機能の中心的地位をしめていないのだ。しかも消費者団体の訴権については、有効な考慮がはられていない。そうした理由から、ドイツ不正競争法を承継した1966年政府の提出したスウェーデン不正競争法案は、議会で否決された。⁽³⁾ 善良な取引慣習の実現、維持は、私的の団体の努力だけにまかされておけないこと、また営業者の主動的な行動とか負担だけでは不十分であると考えられたためである。

商品の販売条件、宣伝、および契約形成の監督に際し、いかにして一般公

共の協力、援助をうけ得られざるを考慮したうえ 到達した結論は、まず第1に純然たる私法的性向を排除し、これに代わり、問題の重点を公法たる営業監督法に委ねた。そして企業者の市場における取引態度を、国の定める消費者オンブズマン (Verbraucher ombudsmann) の助力を得て監督しようとする提案が自然におこった。というわけは、オンブズマンという制度はスウェーデンにおいては、150年以上の伝統があり、殊に競争制限法のうちでも有効に動いた経験をもったことは、スウェーデンの世論をして、大衆保護の観念を容易にオンブズマン制度の採用に、積極的ならしめた。

新消費者保護法の成立により、従前の1931年5月29日のスウェーデン不正競争法における、不当広告にかんする規定は廃止され、また経済にたいする任意的な自己監督制度も廃止された。⁽⁴⁾ また新しい市場裁判所は、従来の自由経済委員会 (Wirtschaftsfreiheitsrate, näringsfrihetsrådet) に代れるものとして、1953年9月25日の競争制限法 (日本の独禁法に当る) による事件につき、管轄権をもつに至った。

(1) Vgl. Kriiger-Anderson, Unlauterer Wettbewerb und Verbraucherschutz in Dänemark, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht. H. 7, 1976, S. 322.

(2) Vgl. Walter Haller, Der Ombudsmann-Erfahrung im Ausland, Folgerung für die Schweiz, Schweizerisches Zentralblatt für Staats- und Gemeindeverwaltung. Bd. 73 Mai 1972 Nr. 5 S. 177.

Konsumentlovgivning i Danmark, Finland, Norge og Sverige, Nu 1968, 6.

ドイツにおいても、スウェーデン法承継の問題が、しばしば取上げられた。

Vgl. Däubler, Konsumenten - Ombudsmanmn Verbrauchersebsthilfe, sowie K. Simitis, Werbung und Vertragsfreiheit, in „Gerechtigkeit in der Industriegesellschaft“, hrsg. von Konrad Duden u. a. (cfm-Taschenbuch RJZ, Bd. 14)

(3) Otillbörlig. Konkurrens, SOU 1966:71. Vgl. Zum schwedischen UWG. Erhorn, Wirtschaft und Wettbewerbsrecht in Schweden, 1963 S. 10ff.

(4) Vgl. Fischler, Schwedisches Handels und Verfahrensrecht für die Wirtschaft

spraxis, 2. Aufl. 1965, 121f.

- (5) Vgl. Gebhard Carsten, Marktgerichtsshof und Verbraucher-ombudsmann WuW. H. 10, 1973, S. 667, Walter Haller, Der Schwedische Justizombdndsmann, Ziirich 1964, S. 24.

国法学上の文献において、国家権力者の権利侵害を抑制するために、特別な監視機関をもうけようとする思想は、すでにプラトンの提唱するところであった。哲学者 Johan Gottlieb Fichte はその著「自然法の基礎と科学論原理」(Grundlage des Naturrecht nach Prinzipien der Wissenschaftslehre, 316) のなかで、スパルタの民選国家最高監察官 (Ephorrat) の観念を再び取り上げて説いた。彼にれば Ephorrat はローマ共和国における人民裁判所に類似したものであり、それは国権の執行機関から離れ、独立にその執行権の監視および判定を行う機関である。凡そ理性にしたがい且つ適法な憲法の基本的規則のもつべき制度である。その最終の職能は、人民から選ばれた国家最高監察官がこれをもつが、それはいわゆる阻止的権能である。

この Ephorrat のもの権能は、3 権分立のほかであり、第 4 次の権力 (Die vierte Gewalt) であり、それは正にスウェーデンが先駆的にみとめたオンブズマンがこれに当るわけである。

(Vgl. Joseph T. Simon, Die vierte Gewalt. Anlässlich der Einführung des Ombudsmans in England, in Arbeit und Wirtschaft, 12/65, 19. Jahrg. S. 21)

尤もスウェーデンのオンブズマンの制度はアメリカ諸州で行われている Council of Censors の制度にヒントを得たといわれる。若干のアメリカ諸州の憲法は、検察官の制度をもち、これにより、憲法違反の国家権力行為により人民の自由や権利が害せられることを保護しようと配慮している。例えば 1776 年のペンシルバニアの憲法第 47 条は、人民による検察官の選任を規定しているが、この Council of Censors の職能について次のように言っている。

to enquire whether the constitution has been preserved inviolate in every part and whether the legislative and executive branches of government have performed their duty as guardians of people, or assumed to themselves, or exercised other or greater powers than they are entitled to by the constitution. そして検察官は有効にその職務を遂行するため、情報を集め、将来の立法提策およびそ

の他の推薦提案を行うことができる。こうした規定は、ニューヨーク州、ウェルモント州の憲法にもおかれた。(cf. Waeter Haller, a. a. O, S. 23)

Ⅲ 市場裁判所の管轄権と組織

消費者保護問題、および不正競争防止問題にたいする新規の裁判所として、市場裁判所が同法によって設立された。そして同時に消費者オンブズマンが、1971年1月1日からその職務を行いはじめた。市場裁判所は、同法第3条によって明かなように、不正競争法、不当支払禁止法および1971年7月1日から施行された不当契約条款防止法による事件にたいし、管轄権をもつ。

それらの総ての事件について市場裁判所は、第1審にして同時に最終審としての裁判権をもつ。その裁判にたいしては上訴が許されない。これは労働裁判所が、労働協約によって生ずる事件だけに専属管轄権を有し、かつ唯一の審級しかない裁判所の制度に対応するものだ。

市場裁判所は各1名の部長ならびに部長代理の裁判官、ならびに8名の裁判官によって成立するが、そのうちの1名の裁判官は専ら不正競争防止法の事件を、他の1名は専ら消費者保護問題の事件だけを取扱う。この両裁判官の名称を特別部員という。部長および部長代理は法律家であり、かつ判事の経験をもつ者が任命される。特別部員は各その専門処理における特別の知識をもつ者でなければならぬ。これらの特別部員ならびに部長および部長代理は、企業者の利益あるいは消費者または労働者の利益を代表する者から選任することは許されない。その他の6名の判事は各半数ずつ、各企業の利益代表者と、消費者、労働者の代表中から選任される。要するに新しい市場裁判所の裁判官の構成は、労働裁判所の裁判官の構成とは異なるものがある。

市場裁判所は、部長とその部員4名の裁判官の出廷をもって部を構成し、裁判を行うことができる。裁判の評決には各両利益を代表する同数の裁判官が出席せねばならぬ。特別部員たる裁判官はつねにその専門分担の事件の審理に立会うだけである。裁判の評決は単純多数による。評決の意見同数の場

合には部長の裁決にしたがう。評決の経路については、裁判書においてこれを公表する。

かように、不正競争防止問題および消費者保護問題にたいする特別な市場裁判所が設立されたことにより、人々はこの両法律に関する事案が、総合統一され明確に裁判されることを望み、同時に訴訟当事者の所属する階級の要望であるところの、できるだけ短期間に、基本的判決が行われる望みが、適えられる訳である。そのためには、法的安全が十分保障され、かつ不斷に変化する経済生活に対応するような特別部の開設が必要である。そうした活動は、通常裁判所にたいしては望むべからざる所だ。

1971年中、市場裁判所にたいしなされた消費者保護の申請は、18件提出されたが、その半数は同年中に、他の半数は翌年中にそれぞれ裁判解決された。1972年中には35件が、あらたに裁判所に申請され、同年末までにその8件が裁判によって片付けされたことが、スウェーデン国の統計によって公表された。

Ⅳ 消費者オンブズマンの職務

市場裁判所法第11条では、不正競争防止の目的をもつ経済自由オンブズマン（Wirtschaftsfreiheitombudsmann, Näringsfrihetsombudsman）にかんする規定がおかれ、かつ広告宣伝の監督および契約形成監督のためにする消費者オンブズマン、（Verbraucherombudsmann）の制度を設けることを定めた。この両オンブズマンは、政府により一定期間任命される法曹家であるが、1971年以前における経済自由オンブズマンと異り、必しも判事の経験者たることは必要とされない。しかしながら現在のオンブズマンおよびその代理者は、いずれも特別な判事の資格をもち、かつその経験者である。

消費者オンブズマンの職務は、営業取引および裁判所において、消費者の利益を代表擁護し、消費者保護の規定にしたがい、不当な販売方法、不当な契約条項から消費者を保護することにある。殊に新監督機関の重要な任務としては、市場における実際取引で屢々行われる不当な契約条款、広告宣伝、一般業務約款が行われるので、消費者の不利を避け、販売の実際、定型的契

約を監督することにあつた。(西独一般業務約款法にあたる。)

1971年には18件におよぶ禁止申請が提出され、22件の禁止命令が発せられ、5件の起訴事件が数えられた。翌年には35件におよぶ禁止裁判をもとめる申立がなされ、74件の禁止命令が出された。起訴の数は前年の倍数にのぼった。

消費者オンブズマンの職務は、何よりもまづ第1に有責の企業者を反省せしめ、その不当の市場行動をみづから抑制せしめることに努めねばならぬ。今日までの実際の経験によれば、多くの場合、当事者自身の自由行動により、取引上の不当な措置は改善されたものが多い。

スウェーデンにおける新しいオンブズマンの制度は、頭初から国民の甚大な興味のまのであったが、同時にマスメディアの手段により、詳細にこの新制度の役目につきひろく説示された。そのため同法実施後1ヶ月内に消費者オンブズマンにたいする申立ての数は246件にのぼり、施行後第1年目の終わりには、実に2972件の事件が繫属した。そして1972年度には、この数は殆ど倍数の4486件に達した。

消費者オンブズマン自身、進んで取上げた事件数は、実施初年度ではわずかに476件に過ぎなかったが、その2年目にはその数798件におよんだ。その他の取扱い事件は、法律相談、届出相談、および行政にたいする大衆からの不満・苦情事件であった。異議申立の約半は消費者自身から出されたものであった。新法の目的である消費者みづから積極的行動にいで、異議を申立てるような目的は、明かに達成したように思われる。たぐみな政府の啓明政策は、たしかに成功したものと言える。この消費者の積極性は、たかく消費者オンブズマンによって評価され、その申立・異議は多くはまったく理由ありとされ、消費者オンブズマンの事件介入がおこなわれた。

経済界の動向も、大体においてはこの新制度に好意をもち、積極的であった。ただ若干の企業者—3,000人にたいし30人の割合による企業者は、まったく消費者オンブズマンと折衝することをかたくなに拒んだ。こうした場合、消費者オンブズマンの権力が不十分であり微弱不十分であるため、警察その他の官庁の助力を得て、かかる企業者の不当な行為を捜索し、あるいはその

証拠品を差押えることができない。そこで消費者オンブズマンは政府にたいし、この欠点を除く法の改正をもとめているが、未だその目的を達していない。

右のような場合、実際には企業者は消費者オンブズマンの処分にたいし、多くは自由な話し合いにより、追及された宣伝行為は将来とりやめるとか、あるいは、不当な契約条款は再び使用しないことを約束して、事件を片付けた。こうした方法により実施初年度の4期間中に、約500件以上の事件が片付けられた。

こうした交渉の手続は、その行為につき責任を負うべき企業者が、直接これに従事するのが常であるが、ときには当該の行為を代行した宣伝業者等が、その渉にあたることもある。このような手続のおこなわれる多くの場合は、商品生産業者がスウェーデンの広告宣伝代理業者の手を通して、外国の企業者と取引をする場合である。こうした場合取引の範囲、契約の締結過程によって異なるが、通常は書面の交換によって始められる。が、契約の細かい点についての複雑な話し合いは、更らに口頭による交渉によって補修されるので、その際宣伝代理人（多くは総代理店）が直接交渉に加わるが多い。

消費者オンブズマンの職務執行については、消費者ばかりでなく、さらにスウェーデン経済界の自由な協力がなければ、極めて少数の職員および不十分な費用をもってしては、到底完全に職務を尽し得ないであろう。

消費オンブズマンが、当初その職務の追行に際しては、若干の職員と3名のオンブズマン、ならびに1名のオンブズマン代理がおかれているだけである。1971年7月1日に、消費者オンブズマン法が実施されるとともに、職員数は20名に増加した。その中3名のオンブズマンと1名の代理オンブズマンの外に、さらに法律学ならびにこれと同等の高度の経済学の知識をもった4名の職員が増員された。そのほかさらに、臨時職員を雇入れることができ、また臨時に鑑定人および外部の学術研究者に調査を依頼することが許される。医薬・治療品の広告の検査のために、消費者オンブズマンには常時的に、3名の医薬品鑑定人が附置されている。

V 宣伝広告の監督

宣伝広告、およびその他の販売方法の實際を監督するための法的基礎として、1971年1月1日から実施された 不当販売禁止法 (Gesetz gegen ungebührliche Absatzmethoden) がある。同法の規定には、3個の一般条款の規定と、3個の刑罰規定とがあるが、その規定は学問上ことさらに誤解をひきおこしがちの規定である。それは一定の商品割引券、商品購入券ならびに景品、および抱き合せ販売の禁止にかんする規定である。(3条4条)。

さらにこの法律は専ら手続法的内容をもった若干の規定(5条—11条)。競業者の損害賠償請求権(第12条)を含んでいるが、また外国との関係で不正または誤認をまねく惧ある原産地表示に関する規定もある(第13条)

同法の中核的规定として、同法第1条の一般業務約款にかんする規定がある。これによれば市場裁判所は、消費者オンブズマンの申立により、(6条) 広告宣伝行為および販売行為に当って、善良な取引慣習に違反する行為、あるいは消費者または営業者にたいし、不正な行為を禁止することができる。だが消費オンブズマンの職務遂行に際しては、いわゆる便宜主義 (Opportunitätssgrundsatz) が採用される。その結果消費者オンブズマンが、消費者の申立に反し、その申立事項を審察せず却下した場合には、異議申立権は損害をうけた競業者もこれを行使することができ、また企業者団体、消費者団体または労働者団体からも異議申立ができる(第6条)。

市場裁判所の禁止は、異議を述べられた行為の続行、およびこれと類似行為遂行の不許におよぶ。通常この禁止命令には、これに違反した場合一定額の罰金を附課すべき旨が附加される。罰金額の査定にあたっては、禁止命令に違反することは、計算上却って不利を生ずると考えられる程度の高額に定められることを要する。実務上市場裁判所の課す罰金額に拾万スエーデン・クローネン(1クローネンは西独マークで約0.58=日本円約60円)に上る。消費者オンブズマンの禁止命令に附加される罰金額は通常尅万スエーデン・クローネンである。同法第2条乃至第4条で刑罰金を予定された行為のなかには一

般業務約款も含まれ、その使用も禁止される。

同法第1条による手続においては、不当な一定の広告宣伝行為を行ったものとして、オンブズマンから訴追をうけた企業者は、自己がおこなった記事陳述、主張および約束は正当なものであり、不当なものではないと主張するについては、自分からこれを立証する責任がある。言い換えればここでは立証責任の転換がおこなわれたのである。オンブズマンの禁止命令は、同法第1条第2項によれば、企業の従業員またはその事件に関与した第3者にたいしても発せられることがある。

軽微の違反事件の場合には、消費者オンブズマン自身において、禁止命令を発することができる。この命令を当事者が受諾したときは、その禁止命令は、市場裁判所の発した禁止命令と同様の効力がある。（同法9条）。禁止命令には常に罰金刑が附加される。

消費者オンブズマンおよび市場裁判所による新消費者保護法の運用の実際、およびその経験については、1971年11月以降、毎年6回発行される雑誌（KO=Kousumentombudsmannen）において、報告される。同紙上において、異議申立てられた広告宣伝が、原文と図面をもって掲載される。かくて重要な事件の内容概観・資料が公表され、単なる記事や判断資料のない不完全性を除いた。かくして消費者オンブズマンおよび市場裁判所で行われる手続の状態、事件処理の統計が明かにされるとともに、事件の当事者となった企業者の名称が公表される。

これに関連して忘れてならぬことは、スウェーデンにおいては原則として証記録公開の原則（Greundsatz der Aktenöffentlichkeit）がおこなわれていることがある。したがって何人にも殊に新聞雑誌の記者にたいしても、消費者オンブズマンおよび市場裁判所の訴訟記録の簡覧が許されている。⁶⁾ 但し事件に関係した企業の秘密が記録中に含まれるので、従ってその秘密性保護の必要ある部分は除かれる。

マスメディア殊にラジオ・日刊新聞紙は、評判となった事件を取上げ、その事件の内容を詳細に興味ふかく記事にすることによって、消費者が一定の

企業の行った誤りやすい甘言宣伝にあやつられた経路、消費者に不利な企業者の行動を、ひろく大衆に知らせることができる。

消費者オンブズマンは、その主動的行動により新聞広告、ダイレクトメールの方法および包装紙、ポスターによる不当な宣伝を検査するが、その目的達成のため消費者オンブズマンは、スウェーデンにおける総ての大広告代理店と交渉して、広告代理業者として毎月消費者むけに行った広告を報告することを約束させる。この約束は直接に広告宣伝を業とする営業者の団体、ならびにその団体に残せぬ若干の大企業者とのあいだにも同意させた。これまでの経験にすれば、良好の結果が示された。

消費者オンブズマンの主動的検査はまづ第1に、医薬・治療品の範囲における広告検査、ならびに身体・健康の保持増進営業の広告検査からはじまる。また監督の目がもっともむけられるのは、肥満防止剤、化粧品、ビタミン剤、健康強化剤ならびに歯磨き等の歯科用剤、頭髮剤の宣伝である。

不当な宣伝責任を問われた企業者は、その広告宣伝における説明、主張は正当真正であることを自ら立証するか、あるいはその非真実な宣伝広告、約束を中止するかが要求される。だがこれらの行為にたいしては、その禁止処分が行われぬ限り、到底消費者の保護には不徹底であること明白である。但し右の規定の効果はいちじるしく、消費者オンブズマンの活動がはじめられた初年度において、従来の宣伝が殊に実際にそわなかった化粧品界において、既に好結果をあらわした。

消費者オンブズマンの厳格精密な検査の対象となったのは、煙草にかんする宣伝であり、その結果は、市場裁判所における基本的な3個の判決を生んだ。その判決は後の裁判においても肯定され、煙草の宣伝には人の肖像を使用したり、煙草を進歩や人間の健康、安全のシンボルとして宣伝することを禁止した。⁽⁷⁾同様にアルコール飲料の宣伝についても、厳格な措置がとらるべきだと判定された。

その外、食料品および化学工業による製品の包装紙による宣伝についても、オンブズマンの厳格な検査がおこなわれた。

1972年秋には、多くの苦情申立てにより、写真機類についてもオンブスマンの検査がおこなわれ、市場裁判所の判決をうけた。

かように消費者オンブズマンによる検査は、各種の個々の営業の宣伝に集中的におこなわれたが、それらは専ら消費者から、各種の宣伝にたいする苦情申立によって行われたものであった。例えば通信販売のカタログ、またはパンフレットによる宣伝とか、訪問販売業者の口頭による宣伝とか、新聞紙の差込み広告による宣伝にたいする検査の例である。このことは、スウェーデンにおいては、広告宣伝の道具として有力なラジオまたはテレビによる宣伝は、これを許されないため、これをさけた有力な宣伝がさかんに行われる故である。

右のような多数の事件の検査にもとづく事件の処分は、消費者オンブズマンにおいて、巧みに柔軟な交渉話し合いにより、具体的な不当事件を片付けた。そのため肥満防止薬における偽りの多い、誇大な約束宣伝はかげをひそめるに至った。また包装紙で誤解を生じやすい人の肖像をかかげることも取りやめられた。冷熱ポットの彩色形態も実際のものと異ることがなくなった。また信用ある大企業においては、冷凍または低温殺菌した飲料を、フレッシュジュースと称することをやめた。人工的に果実の味を添加した菓子の包装紙には、天然果実や莓の類の絵をつけることも消え、またチョコレート・ココナツ・ソーセージなどの誇大包装・底上げも防止された。

同様な実際は多く存在するが、これらの処置によく見られる現象は、オンブズマンの検査介入によって企業の全体が反省し、その宣伝行為が浄化されたという事実があきらかにされた。

最後に高く評価すべきことは、消費者オンブズマンが過去の多くの経験にもとづき、各部門の企業者の機関と密接に接触談話をかさね、将来の宣伝活動に関する基本的取扱規準をさだめることである。その規準に属するものとしては、例えば、週末売出しおよび割引販売のさいの値段のつけ方（Prism-ärkning vid rabatterbjudanden）の規準とか、また商品券の有効期間 予約販売の契約形成の方法、一括観光旅行契約取消に関する規準の如きものがこれ

に属する。⁽⁸⁾

この取扱規準実施にあたっては、スエーデンの経済界では、優れた企業の自己浄化方法が不断に行われ、この規準違反行為にたいしては、速かに過料を課す制裁がとられる。この消費者保護のため、消費者オンブズマンの定めた取扱規準により、具体的の情況に応じ、申立てられた不満が迅速に処理される。⁽⁹⁾

Ⅵ 契約形成の監督

契約形成の監督のためにする法的基礎としては、1971年7月1日から実施された契約条件法（Vertragsbedingungs-gesetz=AVL=avtalsvillkorslagen, Lag 29, 6, 1970）がある。（西独一般業務約款に該当する法律である。）

この法律は全部で7個条から成立つ一般業務約款法であり、第1条では一般条項の規定をもっている。第1条第1項第1款によれば、「営業者が消費者にたいし、その私用に供するための商品の販売、または労務を給付する契約につきその条件をさだめるに当っては、その反対給付その他の事情により、消費者にたいし条項が不当とみとめられるときは、市場裁判所は、公の利益が必要とする限り、営業者にたいし、将来類似の事件につき、本件と同一または類似の契約条件を使用することを禁止することができる。」

同法第3条の規定によれば、右裁判所への申立権は不正競争防止法第6条と同様に、第1次的に消費者オンブズマンがこれをもっている。同法第2条によれば、本法の規定は銀行業および保険業として監督をうける企業にたいしては、適用されない。また同法第6条によれば、消費者オンブズマンは、不正販売禁止法第9条と同様に、事件が軽微な場合には、オンブズマン自身で禁止命令を発することができる。

同法実施の初年度の前半期において、オンブズマンの取扱った事件数は約500件に及んだ。そのうち約300件は、1972年の終りまでに片付けられたが、同期間内に約30件の禁止命令が出され、内85件が重要事件として市場裁判所の審理をもとめられた。そのうち2件は既に市場裁判所の判決をうけた。

また同期間内に、物価・カルテル庁の助力によって、約 1,000 件の契約條款をさだめた書面（Vertragsformulare）が集められた。そのうち最も検討せられるべきものは、長期にわたり継続使用される商品の販売の際につかわれる基本契約書（例えば自動車・ラジオ・テレビ，ならびに家庭用品類，および家庭訪問販売における一般業務約款の如きもの。）である。家庭訪問販売の場合には、口頭による約束は無効とするとか、買主は一方的に申込拘束性にしばられ、売主側は無期限的に承諾権を有するとかを定める約款は禁止される。なおまた種々の瑕疵担保義務排除の條款，および免責約款は，消費者に対し不当な條款だとみられる。

(6) Offentlighetsprincipen, KO 3172 S.1. Vgl dazu Carsten, Pressefreiheit und Pressekonzentration in Schweden, 1970 S. 749 ff.

(7) Vgl. Simitis, Werbung und Vertragsfreiheit, S.71

(8) 一括観光旅行契約において通常使用される一般業務約款の規定には、業者の利益のため、顧客たる消費者の契約の取消権、損害賠償の額・行使期間など、ならびに業者の免責など、消費者の権利を不当に制限するものが多い。（Vgl Hierzu, Manfred Reh binder, Allgemeine Geschäftsbedingungen und die Kontrolle ihres Inhalts, Berlin 1972, S.30, Der Reiseveranstaltungsvertrag, Berlin 1972, von, Gabriele Arndt S. 59ff, 90ff.

(9) Vgl. Cunther/Retry, Verbraucherpolitik, Markt-Wirtschaft, 1973, Heft 2 S. 41.

VII むすび

われわれが結論として言えることは、スエーデンの消費者保護法は、広告宣伝の領域においても、また契約形成の領域においても、十分にその機能を発揮している。そして消費者オンブズマンの制度は市場裁判所の制度とあいまって取締り監査の役目を、便宜主義を基礎とし寛厳よろしきを得て十分に

発揮していることが見極められる。現在までの経験は積極的に高く評価されねばならぬ。そして経済界における不正競争、および契約形成にたいする企業の自己清浄化 (Selbstsanierung) の正しい姿勢が、オンブズマンの努力をたすけていることを忘れてはならない。スウェーデンにおける消費者オンブズマンという機関、そしてその新しい活動にたいする反対、当初になげかけられた種々の懸念は、今や杞憂であったことが証明された。

スウェーデン式の解決方法を批評するにあたって、もっとも顧慮すべきことは、スカンジナビヤ諸国においては、新しい法制度を試みる場合、はじめは個々の単行法として定立し、後に漸次経験をかさねてこれを修正醇化させるためには、法典よりも容易にその目的を達成できる単行法として立法することを慣しとしていることである。スカンジナビヤ諸国における、こうした立法段階による立法方法は、迅速にまづ時代の需用に応じた立法にふみきり、経験にもとづき、漸次変転する経済界の要求事情に対応し、これを改修完成することを容易にした、巧みな政策であり、感嘆に値する。

スウェーデンにおける、新しい消費者保護法の制定にあたって、实际的な立法者は、このスカンジナビヤ方式にしたがった訳であり、余りに取りいそいで、急進的な消費者保護制度を確立せず、まづ第1に当面の実際問題の解決を目差した。しかるにいまやその消費者オンブズマンは、自らの努力により消費者保護の優れた態様を作りあげ、法制定後数年にして佳良な成績を示した。ために諸外国も、自国の産業の発展・経済界の需用に応じ、追時スウェーデン法の先例にならった。⁴⁴⁾

けれどもスウェーデンのように、経済界の自己清浄化が容易におこなわれることが予期されない国においては、こうしたスウェーデン法式をそのまま、消費者保護の制度としてうけいれられるか否かは、にわかには決定できかねる。

ギュンターおよびペトリー共著の消費者政策論によれば、消費者保護の政策的活動の全体は、これを1個の中央官庁の権限にゆだね、そこでカルテル問題、独占禁止問題および消費者保護問題を総合的に統一し計画せねばなら

ぬという。⁽¹⁰⁾ だがその考え方は結局行政的監督計画の良否に帰するわけである。その実効を期するなためには宣伝広告の監督，一般業務約款えの監視およびその取締り権限はオンブズマンと市場裁判所の迅速簡易・厳格の措置・裁判の方式の優位に傾かざるを得ない。⁽¹¹⁾

—1978・10・30 稿—

(10) Vgl. Walter Haller, Der Ombudsmann-Erfahrungen im Ausland, Folgerung für die Schweiz, in Schweiz, Zentralblatt für Staats- und Gemeindeverwaltung Bd. 73, 1972 Nr. 5 S. 177, Stanley V. Anderson (Hrsg.) Ombudsmannen for American Government, ? , Englewood Cliffs 1968 ; Max Frenkel, Institutionen der Verwaltungskontrolle, Zürich 1969, Walter Gellborn, Ombudsmen and Others, Cambridge / Mass. 1966 ; André Legrand, L'ombudsman scandinave, Paris 1970, Donald C. Rowat (Hrsg.) The Ombudsman, 2nd Edit. London/Toronto, 1968,

小島武司「訴訟制度改革の理論」(弘文堂・昭52) P. 251以下 経済企画庁「ヨーロッパ各国における消費者の権利保護のための法制度」(昭・51) P 17以下 オンブズマン制度には、主として消費者保護に重点をおく、スウェーデン型の消費者オンブズマン (Verbraucherombudsmann) と、行政行為における不公正な行為または濫用行為にたいする人民の不満救済を専ら目的とするオーストリアや我国のもつ行政オンブズマン (Verwaltungsombudsmann) とがある。日本のオンブズマン法といわれる行政不服審査法・行政管理委員設置法による施設は、いわゆる第4の権力をもつ独立の議会によって選任されるオーストリアの人民保護官 (Volksanwaltschaft) とは異なる機関なので、真の意味における行政オンブズマンとはいわれまい。アメリカの制度にヒントを得て制定された法 (Bundesgesetz vom 24. 2. 1977 über die Volksanwaltschaft) によるオンブズマンこそ、真の意味の行政オンブズマンである。(Vergleiche hierzu, Schönherr, Volksanwaltschaft, Wien 1977)

(11) F. Günther/Petry, Verbraucherpolitik, Marktwirtschaft, 1973, 40f.

- (12) 但しオンブズマン制度は、単に消費者保護だけに採用されるものに止まらぬ、行政行為の濫用・不公正に困憊・不満をいただく多数人民保護のため、行政裁判所以外に、行政オンブズマンの制度をおくべき必要があること論をまたない。前記のオーストリア人民保護官（Volksanwaltschaft）法はその際の有用な参考資料たること疑ない。